

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya *coffe shop* Zayna Muria Kudus

Kopi muria dalam sejarahnya sudah sejak 1799 berada di Kabupaten Kudus. Oleh karena itu, banyak warga di wilayah Kecamatan Dawe dan Kecamatan Gebog yang terjun sebagai petani kopi. Memiliki kebun kopi sendiri di wilayah Pegunungan Muria, Warga Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kudus berhasil merintis usaha bubuk kopi dengan mulus. Bahkan, penjualan bubuk kopi hasil buatan tangan rumahan ini bisa menembus hingga pasar Hongkong.

Menariknya, Mulai dari panen biji kopi, sortir biji merah, perambangan, penjemuran, penyelepan atau pengupasan kulit kopi, grinding, penggilingan bubuk, hingga pengemasan. Dilakukan secara mandiri di tempat produksi kopi yang sederhana dengan alat yang cukup menunjang.

Dikenal dengan nama M. Abdul Hamid Ridlo (33 tahun), ia merintis usahanya sejak tahun 2019 silam. Dengan resep dan teknik pengolahan kopi turun temurun dari kakek buyutnya, Ridlo berinisiatif untuk mengembangkan usaha bubuk kopi. Masih di tahun yang sama, dia mencoba membuat olahan kopi dengan maksimal, sesuai standar pengolahan kopi di Indonesia. Setelah mencoba berbagai teknik dan resep, Ridlo pun berhasil menciptakan produk kopi miliknya sendiri. Yang diberi nama Zayna. “Zayna itu dari nama ibu saya, karena ibu membuat produksi kopi, saya meneruskan kerja ibu sampai sekarang,” katanya.¹

Pada pemasaran awal, Ridlo hanya menjual produk kopi dengan jenis robusta natural. Kemudian, mengalami perkembangan di tahun 2021, dia menjajal jenis robusta honey, full wash, dan wine. “Ini saya juga buat baru dengan nama Aliza, yang kualitasnya bagi penikmat kopi menengah ke bawah,” tambahnya.²

Untuk pemasaran sendiri, selain via online di media sosial, dia juga sudah memiliki pelanggan yang tersebar di Jakarta, kediri, semarang, pati, grobogan purwodadi. Belum lama ini, produk

¹M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop* Zayna Muria, 20 Mei 2023.

²M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop* Zayna Muria, 21 Mei 2023.

Zayna miliknya juga bisa tembus hingga pasar luar negeri, tepatnya di Hongkong. “Kebanyakan pelanggan yang di kedai itu jenis robusta honey dalam bentuk biji matang,” tuturnya.

Dalam satu bulan, Ridlo bisa menjual hingga 25 kilo bubuk maupun biji kopi, dengan range harga mulainya dari 20 ribu sampai 300 ribu rupiah. “Kita pengemasannya mulai dari 100 gram, 250 gram, 500 gram dan 1 kilogram,” tukasnya.

Dalam memanen kopi, Ridlo selalu menerapkan sistem *full* petik merah untuk menghasilkan kualitas kopi yang bagus. Sekaligus, dirinya seringkali mengikuti pelatihan-pelatihan yang ada sangkut pautnya dengan kopi. “Dalam memetik, menjemur, dan proses-proses lainnya tidak asal-asalan. Karena itu mempengaruhi hasil atau kualitas yang nanti didapatkan. Meskipun memang membutuhkan kesabaran lebih,” tuturnya.

Ridlo juga merincikan, proses perjalanan kopi dari panen hingga ke tahap *roasting*. Tahap awal setelah dilakukan panen, dirinya melakukan perambangan kopi terlebih dahulu. Kemudian, dilakukan penjemuran yang berbeda dari setiap empat varian tersebut

“Awal dicuci dan ditimbang untuk menghasilkan kopi yang tidak ada isinya atau rusak. Setelah itu, dilakukan penjemuran dengan model penjemuran berbeda-beda di setiap varian. Seperti *natural* yang langsung dijemur, *full wash* digiling basah dulu baru dijemur, *honey* dikupas kulitnya digiling basah baru dijemur, dan *wine* proses fermentasi,” rincinya.³

Setelah hampir dua hingga tiga minggu dilakukan penjemuran, kopi memasuki tahap penggilingan. Yakni melepaskan kulit kopi dan bijinya. Kemudian, setelah membentuk biji kopi, baru dilakukan penyortiran. Untuk membedakan ukuran dan kerusakan dari biji kopi itu sendiri. “Lalu, setelah penyortiran selesai, baru masuk ke tahap *roasting*. Yaitu proses menyangrai atau memasak kopi sebelum dikemas menjadi suatu produk yang siap dijual,” ujarnya.⁴

Sementara itu untuk wilayah, hingga kini masih ada dua wilayah yang masih tetap aktif memproduksi kopi sejak 1799. Daerah tersebut mencakup Desa Japan dan Desa Colo, Kecamatan

³M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop* Zayna Muria, 20 Mei 2023.

⁴M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop* Zayna Muria, 23 Mei 2023.

Dawe. Ditambah adanya pelebaran di tahun 1830 di Desa Rahtawu, Kecamatan Gebog.

Salah satu pegiat kopi di Kudus, Islakhul Muttaqin menceritakan, Desa Japan dan Desa Colo, Kecamatan Dawe, menjadi kawasan tertua mengenai budaya tanam kopi di Kudus. Kemudian baru disusul dengan agenda pelebaran di Desa Ternadi, Kecamatan Dawe, Desa Menawan, dan Desa Rahtawu, Kecamatan Gebog.

2. Visi dan Misi *Coffee Shop* Muria Zayna

a. Visi

Menjadi pelopor perusahaan kopi terkemuka yang berkualitas dengan cita rasa tinggi baik di tingkat nasional maupun internasional, Dan menjadi produsen kopi nomor satu di Asia Tenggara.

b. Misi

- 1) Menghasilkan produk-produk perusahaan menjadi produk unggulan.
- 2) Menyediakan produk-produk pilihan dengan cita rasa tinggi, inovatif , harga terjangkau dan memastikan ketersediannya bagi pelanggan.
- 3) Berkomitmen untuk senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi yang efisien, dan teknologi yang berkembang.
- 4) Meningkatkan nilai-nilai perusahaan secara berkesinambungan.

3. Struktur Organisasi *Coffee Shop* Muria Zayna

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen bagian-bagian dan posisi dalam sebuah organisasi, komponen-komponen yang ada dalam organisasi mempunyai ketergantungan. Pada struktur organisasi terdapat alur perintah yang mengidentifikasi jabatan pekerjaan atas berbagai kegiatan serta komunikasi antara unit atau bagian lainnya.

Berikut merupakan bagan struktur organisasi *Coffee Shop* Muria Zayna :

Gambar .1
Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Javaline



Adapun deskripsi / *jobdesk* dari struktur organisasi *Coffee Shop* Zayna Muria sebagai berikut :

- a. Owner
 - 1) Merupakan pemilik sekaligus pengelola dari *Coffee Shop* Zayna Muria
 - 2) Merencanakan, memimpin, mengawasi serta mengkoordinasi pelaksanaan rencana kerja.
 - 3) Mengkoordinasikan seluruh kekuatan dan sumber daya perusahaan sehingga mencapai hasil yang optimal
 - 4) Menyusun rencana strategis, kebijaksanaan dan rencana jangka panjang perusahaan.
 - 5) Memberikan bimbingan kepada bawahannya dalam rangka pelaksanaan sasaran, tujuan dan ketentuan-ketentuan pokok perusahaan.
- b. Asisten Owner /Penanggung Jawab Operasional
 - 1) Mengatur strategi operasional yang akan berjalan baik regular/non regular.
 - 2) Mengecek kesiapan tempat serta keadaan all crew sebelum memasuki fase crowded.
 - 3) Mengatur dan mengawasi serta handle regular operasional *Coffee Shop* Zayna Muria, serta melakukan tugas-tugas sebagai berikut : mengatur operasional berjalan (termasuk seragam, attitude selama bekerja, kesigapan, masalah, dsb)

- 4) Mengatur penyelesaian komplain yang ada, ikut membantu tugas divisi lain saat crowded agar terhandle masalah yang ada, menentukan apakah perlu adanya overtime ataukah tidak, membantu dalam menemui customer yang berhubungan dengan kegiatan non regular (sponsor, promo, dsb) serta menentukan apakah kegiatan tersebut dapat berjalan atau tidak.
 - 5) Mengatur persiapan closing dan mengecek kondisi akhir regular berjalan. Serta menerima laporan dari seluruh divisi mengenai kondisi regular harian berjalan, untuk nantinya di setiap hari sebagai bahan analisa strategi pemasaran dan penjualan selanjutnya/ serta di akhir bulan laporan-laporan tersebut disatukan di buku besar operasional *Coffee Shop Zayna Muria*.
- c. Server
- 1) Melakukan kesiapan, kebersihan, dan kenyamanan tempat.
 - 2) Serta mengecek kondisi awal all peralatan untuk operasional regular harian berjalan.
 - 3) Mengatur peralihan tugas ke server shift berikutnya. Tidak lupa melakukan laporan tertulis harian berikut kendala yang terjadi selama shift berjalan, sebagai bahan analisa operasional server berikutnya.
- d. Barista
- 1) Melakukan kesiapan, kebersihan, dan kenyamanan tempat.
 - 2) Serta mengecek kondisi awal all peralatan dan bahan untuk operasional regular/non regular harian berjalan.
 - 3) Membantu peralihan tugas shift berikutnya
 - 4) Persiapan closing dan mendata all bahan yang harus di belanjakan besok. Tidak lupa laporan akhir dari operasional barista untuk dilaporkan kepada PJ.
- e. Bagian Produksi
- 1) Melakukan kesiapan, kebersihan, dan kenyamanan tempat.
 - 2) Serta mengecek kondisi awal all peralatan dan bahan untuk operasional di regular/non regular harian berjalan.
 - 3) Membantu peralihan tugas shift berikutnya.
 - 4) Mendata all bahan yang harus di belanjakan besok. Tidak lupa laporan akhir dari operasional barista untuk dilaporkan kepada PJ.
- f. Kasir

- 1) Menyiapkan kas opname regular, membuat LKH, membuat budgeting setiap hari/ dsb.
- 2) Menerima dan menyesuaikan keadaan kas opname serta sisapekerjaan yang dihandle shift sebelumnya.
- 3) Mendata omset harian serta pengeluaran budget setiap harinya, untuk dilaporkan kepada PJ.

Pemasaran melayani konsumen jika ada yang bertanya atau membutuhkan saran favorite utama di *Coffee Shop Zayna Muria* yang ingin dibeli, biasanya yang membutuhkan saran itu baru datang pertama kali ke *Coffee Shop Zayna Muria* kami.

Dan kami memiliki beberapa pegawai yang kami pekerjakan diperusahaan kami, dan setiap pegawai kami beri hak yang pantas mereka dapatkan, hak yang mereka dapatkan :

- 1) Mendapat gaji berstandar UMR
- 2) Cuti yang kami berikan yaitu cuti tahunan, dan cuti sakit.

Selain itu pegawai pun memiliki kewajiban, kewajibanya itu adalah :

- 1) Menjaga dan mentaati peraturan yang telah ditetapkan
- 2) Menjaga rahasia perusahaan yang telah dimiliki oleh perusahaan dan jabatan.

4. Kondisi dan Disiplin Kerja Karyawan

Untuk menunjang segala kegiatan dan kelancaran aktivitas, perusahaan perlu merekrut karyawan untuk ditempatkan di tiap bagian yang diperlukan. Adapun jumlah karyawan di *Coffee Shop Zayna Muria* adalah sebanyak 10 karyawan.

Agar kelancaran kerja di *Coffee Shop Zayna Muria* berjalan dengan baik, perusahaan memiliki suatu aturan kerja yang mengatur perilaku setiap pegawai-pegawai tersebut pada saat melaksanakan tugasnya. Untuk itu perusahaan memiliki aturan-aturan kerja sebagai berikut :

- a. Bagi seluruh karyawan *Coffee Shop Zayna Muria* harus mengetahui, memahami serta melaksanakan hal-hal sebagai berikut :
 - 1) Jam operasional *Coffee Shop Zayna Muria*
 - a) *Coffee Shop Zayna Muria* buka:
 - Senin – Jumat : pukul 15.00 WIB
 - Sabtu – Minggu : pukul 11.00 WIB
 - b) *Coffee Shop Zayna Muria* tutup pukul 01.00 WI
 - 2) Pembagian Jam Kerja
 - Hari Senin – Jumat
 - a) Shift I dari pukul 15.00 s/d 19.00

- b) Shift II dari pukul 17.00 s/d 21.00
 - c) Shift III dari pukul 19.00 s/d 23.00
 - d) Shift IV dari pukul 21.00 s/d 01.00
- Hari Sabtu – Minggu
- a) Shift I dari pukul 11.00 s/d 15.00
 - b) Shift II dari pukul 15.00 s/d 19.00
 - c) Shift III dari pukul 17.00 s/d 21.00
 - d) Shift IV dari pukul 21.00 s/d 01.00
- b. Seluruh karyawan diwajibkan datang 15 (lima belas) menit sebelum jam operasi *Coffee Shop Zayna Muria* dimulai dan sudah mengisi absensi
 - c. Seluruh karyawan apabila terlambat masuk kerja akan dikenakan sanksi .jika dalam 1 (satu) bulan terlambat lebih dari 3 (tiga) kali, maka akan diberikan surat peringatan. Waktu toleransi keterlambatan maksimal 5 (lima) menit, dan harus ada keterangan yang jelas.
 - d. Seluruh karyawan *Coffee Shop Zayna Muria* kondisinya wajib menggunakan seragam karyawan. Dan setelah selesai bekerja maka seluruh seragam harus dikumpulkan kembali (tidak boleh dibawa pulang).
 - e. Seluruh karyawan dilarang menggunakan HP ketika bekerja
 - f. Seluruh karyawan diwajibkan menjaga kebersihan di area masing-masingdan lingkungan kerja.
 - g. Seluruh karyawan apabila dalam 1 (satu) bulan terdapat alpa (tanpaketerangan) 2 kali akan diberikan sanksi.

Apabila karyawan melanggar disiplin kerja tersebut maka pegawai akan diberikan sanksi. Pegawai akan diberikan 3 kali kesempatan, yaitu pada pelanggaran pertama akan diberikan teguran ringan, pelanggaran kedua akan diberikan peringatan dan pada pelanggaran ketiga akan dikeluarkan.

5. Segmen Pasar *Coffee Shop Zayna Muria*

Coffee Shop Zayna Muria menargetkan pasarnya untuk anak muda hingga dewasa. Untuk kalangan muda *Coffee Shop Zayna Muria* menargetkan pasarnya untuk mahasiswa, kalangan eksekutif muda. Sedangkan kalangan dewasa *Coffee Shop Zayna Muria* menargetkan pasarnya untuk keluarga, pengusaha dan para eksekutif. Dasar alasan target pemasaran tersebut dikarenakan tempat dan lingkungan yang nyaman dan cocok untuk relaksasi, dan pertemuan antar pelaku bisnis.

6. Kegiatan Usaha *Coffee Shop Zayna Muria*

Coffee Shop Zayna Muria merupakan suatu coffee shop yang diberi konsep “menikmati kopi seperti di rumah sendiri” dimana

pengunjung dapat merasakan suasana keluarga yang tercipta di berbagai sudut café. Buka setiap hari, Senin – Jumat buka dari pukul 09.00 s/d 01.00 WIB, sedangkan Sabtu – Minggu buka pukul 11.00 s/d 01.00 WIB. *Coffee Shop Zayna Muria* juga menerima pemesanan tempat untuk keperluan ulang tahun, kumpulan reuni, arisan, dll. Kapasitas tempat duduk kurang lebih dari 100 orang dengan kapasitas reservasi maksimal untuk 30-50 orang. *Coffee Shop Zayna Muria* menampilkan life music accoustic pada setiap harinya.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Zayna Muria*

Loyalitas pelanggan merupakan kondisi dimana pelanggan atau konsumen secara berulang-ulang melakukan pembelian terhadap barang atau jasa pada suatu usaha. Dengan adanya loyalitas pelanggan, sebuah usaha akan dapat bertahan dalam berbagai situasi.⁵

Coffee Shop Zayna Muria mulai dirintis ridlo (owner) sejak tahun 2019 silam. Dengan resep dan teknik pengolahan kopi turun temurun dari kakek buyutnya, Ridlo berinisiatif untuk mengembangkan usaha bubuk kopi. Sejak awal berdiri *Coffee Shop Zayna Muria* selalu meningkatkan kualitas cita rasa dan kepuasan konsumen sehingga tercipta loyalitas pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian.

Masih di tahun yang sama, *Coffee Shop Zayna Muria* mencoba membuat olahan kopi dengan maksimal, sesuai standar pengolahan kopi di Indonesia. Setelah mencoba berbagai teknik dan resep, Ridlo pun berhasil menciptakan produk kopi miliknya sendiri.⁶

Dalam satu bulan, Ridlo bisa menghabiskan hingga 25 kilo bubuk maupun biji kopi, dengan range harga mulain dari 20 ribu sampai 300 ribu rupiah. Itu termasuk dengan stok kopi yang ada di *Coffee Shop*. Disamping itu *Coffee Shop Zayna Muria* juga menjual produk dengan kemasan mulai dari 100 gram, 250 gram, 500 gram dan 1 kilogram.

⁵Ahmad Mardalis, "Meraih Loyalitas Pelanggan", *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9.2 (2006), 111–19.

⁶M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna Muria*, 25 Mei 2023.

Hal tersebut membuat pihak *Coffee Shop Zayna Muria* selalu memperhatikan bagaimana strategi yang tepat dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Ada berbagai langkah yang dapat dilakukan pihak *Coffee Shop Zayna Muria* untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Berikut langkah-langkah atau strategi yang dilakukan untuk mempertahankan *loyalitas* pelanggan yang disebut dengan roda *loyalitas* yang terdiri dari 3 langkah

a. Membangun pondasi yang solid (*Build a foundation for loyalty*)

Hal utama yang dilakukan dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan yaitu membangun pondasi yang solid antara *Coffee Shop Zayna Muria* dengan pelanggan. Beberapa pondasi yang telah dibangun *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan *loyalitas* salah satunya ialah usaha yang didirikan oleh M. Ridlo ini telah memiliki izin pendirian usaha. Hal ini disampaikan oleh Ridlo selaku pemilik *Coffee Shop Zayna Muria*.

“*Coffee Shop Zayna Muria* didirikan tahun 2019 serta sudah berbadan hukum atau sudah memiliki lisensi untuk pendirian usaha di desa pandak, colo kecamatan dawu Kudus. Usaha ini bergerak dalam bidang *Food & Drink* juga dapat di kategorikan sebagai usaha kuliner dan pemasok”.⁷

Pada pemasaran awal, Ridlo hanya menjual produk kopi dengan jenis *robusta natural*. Kemudian, mengalami perkembangan di tahun 2021, dia menjajal jenis *robusta honey*, *full wash*, dan *wine*.

Dalam meningkatkan pelayanan pada *Coffee Shop Zayna Muria*, Ridlo dibantu oleh 10 karyawan. Sebelumnya para karyawan akan menjalani masa *trial* terlebih dahulu selama satu bulan guna untuk memberi edukasi dan mempelajari apa saja yang harus dilakukan sesuai dengan *jobdesk* yang diterima. Seperti yang dijelaskan oleh M. Iqbal selaku Barista *Coffee Shop Zayna Muria*.

“saya bekerja disini kurang lebih 7 bulan, awalnya belum tau bagaimana *jobdesk* yang saya dapatkan, sehingga dalam masa *trial* saya mendapatkan banyak edukasi dan pembelajaran dari *ownwer* maupun dari karyawan senior

⁷M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna Muria*, 01 Juni 2023.

yang ada di *Coffee Shop Zayna Muria*. Terdapat berbagai macam arahan mengenai bagaimana menjalankan tupoksi sesuai jobdesk itu sangat penting. Kemudian edukasi mengenai cara dan metode menjadi barista yang bagus itu seperti apa dan banyak lagi arahan-arahan yang saya dapatkan dalam masa trial kurang lebih selama satu bulan”.⁸

Dari pengamatan yang telah dilakukan dalam memberikan pelayanan, semua karyawan *Shiff* saling bekerjasama. Apabila ada karyawan yang melayani pelanggan dan kemudian datang pelanggan yang lain, maka karyawan yang lain bisa melayani pelanggan yang baru datang tersebut, hal tersebut diperjelas dengan pernyataan M. Ridlo

“semua kegiatan operasional *Coffee Shop Zayna Muria* adalah tanggung jawab semua karyawan dan memiliki prosedur masing-masing. Seperti dalam melayani pelanggan, bagian produksi hingga operasional lainnya”.⁹

Tarif harga yang ditetapkan *Coffee Shop Zayna Muria* sangatlah terjangkau bagi semua segmen. Baik dari kalangan bawah, menengah dan kalangan atas. Tersedia berbagai varian menu yang menjadi opsi pilihan untuk para pelanggan yang berkunjung. Ridlo menjelaskan bahwa

“terkait besaran tarif harga telah kita sepakati bersama dengan *Coffee Shop* sekitar dengan penyeragaman harga, hal itu dilakukan supaya tidak ada kecemburuan dan persaingan yang kurang sehat. Akan tetapi keunggulan dari kami mempunyai beberapa opsi menu unggulan yang tidak dimiliki *coffee shop* sekitar lainnya. Itu yang menjadi daya tarik kami terhadap pelanggan dengan status loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian”.¹⁰

⁸Iqbal, Hasil Wawancara dengan Karyawan *Coffee Shop Zayna Muria*, 1 Juni 2023.

⁹M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna Muria*, 1 Juni 2023.

¹⁰M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna Muria* 5 Juni 2023.

Hal yang serupa juga dijelaskan Andre selaku pelanggan *Coffee Shop Zayna Muria*

“harga yang ada di *Coffee Shop Zayna Muria* relatif sangat terjangkau sehingga semua kalangan bisa mampir dan menjangkaunya, dan yang menjadi daya tariknya lagi adalah *Coffee Shop Zayna Muria* memiliki ciri khusus di beberapa produk unggulan yang tidak dimiliki coffee shop yang lainnya”.¹¹

Dengan demikian, pemilik *Coffee Shop Zayna Muria* berusaha membangun pondasi yang kokoh agar *Coffee Shop Zayna Muria* mendapatkan pelanggan yang setia. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, *Coffee Shop Zayna Muria* telah mempersiapkan strategi sejak awal dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan melalui legalitas usaha, meningkatkan mutu pelayanan serta fasilitas penunjang dalam kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

b. Menciptakan ikatan *loyalitas* (*Create loyalty bonds*)

Dengan adanya hubungan yang akrab *Coffee Shop Zayna Muria* dengan pelanggan akan menghasilkan suatu hubungan timbal balik yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Sehingga dapat memberikan feedback yang positif juga dalam jangka panjang. Ridlo menjelaskan bahwa.

“biasanya satu bulan sekali kita sering berbagi promo kepada para pelanggan berupa potongan harga/diskon dan voucher makan gratis. Tidak sungkan juga kami meminta kritik dan saran kepada pelanggan terhadap segala bentuk pelayanan kami, mulai dari customer service, fasilitas, kenyamanan dan cita rasa yang ada di *Coffee Shop Zayna Muria*, dengan harapan bisa sebagai bahan evaluasi kami untuk selalu memperbaiki demi kepuasan pelanggan”.¹²

Berangkat dari pernyataan owner seperti itu, ada suatu pendapat dari (Arina) salah satu pelanggan *Coffee Shop Zayna Muria*

¹¹Andre, Hasil Wawancara dengan Pelanggan *Coffee Shop Zayna Muria*, 7 Juni 2023.

¹²M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna Muria*, 7 Juni 2023.

“*Coffee Shop Zayna Muria* merupakan salah satu kedai kopi yang rekomendasikan untuk para pecinta kopi, di samping harga terjangkau juga terdapat pelayanan pelanggan yang ramah lingkungan disertai pemandangan yang sejuk gunung muria, dijamin tidak akan kecewa”.¹³

Menjaga hubungan dengan pelanggan, memang bukan hal yang mudah. Terkadang dibutuhkan kesabaran untuk menghadapi sikap pelanggan yang berbeda-beda. Untuk pelanggan yang dapat mengajak calon pelanggan akan mendapat promo dari *Coffee Shop Zayna Muria*. Hal tersebut dilakukan untuk menghargai jasa pelanggan serta merupakan strategi untuk mempertahankan *loyalitas* pelanggan.

c. Mengurangi pelanggan yang menghentikan layanan (*Reduce churn drivers*)

Untuk mengurangi terjadinya kehilangan pelanggan, pihak *Coffee Shop Zayna Muria* selalu mengevaluasi berbagai sistem customer service serta menambah berbagai inovasi produk

Coffee Shop Zayna Muria ini merupakan usaha dibidang kuliner, jadi agar pelanggan dapat merasakan puas atau tidaknya dari pelayanan tersebut harus terlibat langsung dalam proses pelayanan tersebut, karena hal itu dapat menentukan tingkat *loyalitas* pelanggan.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat pada *Coffee Shop Zayna Muria* dalam Mempertahankan *Loyalitas* Pelanggan

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat pada *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan. Diantara faktor pendukungnya yaitu :

a. Produk

Produk yang ditawarkan pada *Coffee Shop Zayna Muria* ini sangat inovatif dengan berbagai jenis olahan kopi robusta.. Seperti yang dijelaskan oleh Ridlo, ia merincikan, proses perjalanan kopi dari panen hingga ke tahap *roasting*. Tahap awal setelah dilakukan panen, dirinya melakukan perambangan kopi terlebih dahulu. Kemudian, dilakukan penjemuran yang berbeda dari setiap empat varian tersebut

¹³Arina, Hasil Wawancara dengan Pelanggan *Coffee Shop Zayna Muri*, 11 Juni 2023.

“Awal dicuci dan ditimbang untuk menghasilkan kopi yang tidak ada isinya atau rusak. Setelah itu, dilakukan penjemuran dengan model penjemuran berbeda-beda disetiap varian.

Seperti *natural* yang langsung dijemur, *full wash* digiling basah dulu baru dijemur, *honey* dikupas kulitnya digiling basah baru dijemur, dan *wine* proses fermentasi,” rincinya.¹⁴

Setelah hampir dua hingga tiga minggu dilakukan penjemuran, kopi memasuki tahap penggilingan. Yakni melepaskan kulit kopi dan bijinya. Kemudian, setelah membentuk biji kopi, baru dilakukan penyortiran. Untuk membedakan ukuran dan kerusakan dari biji kopi itu sendiri.

“Lalu, setelah penyortiran selesai, baru masuk ke tahap roasting. Yaitu proses menyangrai atau memasak kopi sebelum dikemas menjadi suatu produk yang siap dijual,” ujarnya.¹⁵

b. Harga

Dari segi harga *Coffee Shop Zayna* tidak mahal jika dibandingkan dengan unit-unit coffee shop lainnya. Sehingga terjangkau untuk semua kalangan.

c. Tempat

Tempat *Coffee Shop Zayna* dibuat nyaman mungkin agar pelanggan bisa menikmati service dan pelayanan yang nyaman. Dengan dilengkapi fasilitas seperti meja, kursi, wifi disertai pematangan sejuk gunung muria semakin menambah kesan nyaman untuk pelanggan.

d. Promosi

Promosi yang digunakan untuk memperkenalkan *Coffee Shop Zayna* ke pelanggan yaitu melalui sosial media dan sistem Word Of Mouth (dari mulut ke mulut)

e. Sumber Daya Manusia

Karyawan yang ada di *Coffee Shop Zayna* sebelumnya sudah di trial terlebih dahulu selama satu bulan, agar mengetahui jobdesk masing-masing bagian. Demikian juga menciptakan kepuasan pelanggan dalam mencapai loyalitas

¹⁴M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna* Muria, 9 Juni 2023.

¹⁵M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna* Muria, 9 Juni 2023.

untuk melakukan keputusan pembelian di *Coffee Shop Zayna* merupakan tanggung jawab semua karyawan.

f. Proses

Proses dalam memberikan layanan disesuaikan dengan prosedur yang ada. Pelanggan dapat menunggu atau menikmati proses pembuatan kopi secara langsung ketika sudah order sebelumnya. Demikian juga barista akan mengikuti prosedur layanan yang ada.

g. Fasilitas

Fasilitas yang ada *Coffee Shop Zayna* cukup lengkap, mulai dari .meja kursi dan free wifi disertai dengan pemandangan sejuk Gunung Muria.

Adapun beberapa faktor penghambat dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan yaitu:

- 1) Faktor Internal atau dari *Coffee Shop Zayna* Muria yaitu:
 - a) Belum ada plang yang dipasang di pinggir jalan sebagai *Coffee Shop Zayna* Muria.
 - b) Karyawan yang belum mengikuti masa trial.
 - c) Belum tersedianya tempat aula untuk mengadakan forum atau event besar.
 - d) Karyawan absen, sehingga mejadikan karyawan yang lain harus doublejob menggantikan karyawan yang tidak berangkat.
- 2) Faktor eksternal atau dari pihak pelanggan *Coffee Shop Zayna* Muria
 - a) Sudah banyak jenis coffee shop serupa yang bermunculan.
 - b) Persaingan harga dan tempat
 - c) Jaringan relasi

M. Iqbal menambahkan bahwa :

“faktor eksternal yang dapat menghambat dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu terkadang ada pelanggan yang suka ngeyel dan alot dalam pelayanan, sehingga dari kami harus ekstra dan jemput bola dalam melakukan customer servis sebaik-baiknya agar karyawan tetap nyaman dan tidak pindah ke tempat yang lain”.¹⁶

¹⁶Iqbal, Hasil Wawancara dengan Karyawan *Coffee Shop Zayna* Muria, 1 Juni 2023.

3. Solusi mempertahankan daya loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Zayna Muria*

Pelanggan yang loyal merupakan salah satu hal penting yang dapat membantu bisnis untuk berkembang. Semakin tinggi kemajuan zaman membuat pengusaha kini lebih termotivasi untuk mengembangkan ide bisnis. Kejelian pengusaha dalam mengamati lingkungan sekitar dapat dimulai dengan pemanfaatan sumber daya yang terdapat di sekitar maupun mengamati perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Lalu, mengapa perilaku konsumen menjadi hal yang penting untuk diamati dalam membangun strategi bisnis?

Memang jika dipahami lebih dalam, perilaku konsumen cenderung membutuhkan riset yang lama dan lebih dalam. Untuk itu perilaku konsumen biasa disebut dengan proses yang berkelanjutan. Hal ini dikarenakan sebuah perilaku konsumen tidak hanya diamati ketika transaksi jual-beli selesai, akan tetapi lebih dari itu. Pebisnis harus mengetahui terkait dengan ulasan, kepuasan dan apakah konsumen akan merekomendasikan produk atau melakukan pembelian produk yang sama di kemudian hari.

Strategi ini akan berdampak bagi pebisnis pemula dalam memprediksi trend pasar, mengingat trend pasar saat ini semakin beragam dan inovatif sehingga mau tidak mau pebisnis juga dituntut untuk mengikuti perkembangan tersebut. Konsumen pun akan lebih tertarik dengan trend daripada harus bertahan dengan produk yang kuno, Perlu diketahui bahwa trend seperti ini akan dengan mudah didapatkan ketika pebisnis dapat melakukan pendekatan dengan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang berbeda. Tentunya setelah pebisnis mengetahui bentuk pelayanan seperti apa yang menyenangkan bagi konsumen.

Menjadikan konsumen loyal terhadap bisnis bukanlah hal mudah, dibutuhkan usaha yang keras dan konsisten terhadap apa yang sudah diberikan sebelumnya. Oleh sebab itu, sebagai seorang pengusaha Anda harus pandai dalam menyikapi konsumen, misalnya dengan melakukan hal-hal berikut ini, di antaranya¹⁷ sesuai dengan pernyataan dari asisten owner *Coffee Shop Zayna Muria* (M. Iqbal) :

“dengan adanya persaingan pasar yang semakin kompetitif dari kami *Coffee Shop Zayna Muria* tentu harus menyikapi hal tersebut dengan komprehensif, yaitu dengan membuat

¹⁷Basu Swastha Dharmmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999).

formula-formula yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam keputusan pembelian disini. Beberapa solusi/formula yang kami fokuskan adalah seperti tempat/lokasi yang didesain dengan nyaman mungkin disertai fasilitas yang menunjang untuk pelanggan ditambah lagi view gunung muria yang semakin memperindah suasana, disisi lain service/pelayanan juga kami utamakan, karena itu bagian terpenting dari factor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam keputusan pembelian, pungkasnya”¹⁸

C. Analisis Data Penelitian

1. Strategi mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Zayna Muria*

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen dari seseorang dalam menggunakan barang atau jasa yang diukur dari pembelian ulang.¹⁹ *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya menggunakan beberapa strategi. Dari pengamatan yang telah dilakukan, strategi yang sangat mendasar atau sebagai pondasi yang digunakan oleh *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya sudah bagus. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai cara yang telah dilakukan dalam meningkatkan pelayanan seperti mengadakan tria dan edukasi kepada semua karyawan, memberikan promo atau diskon kepada pelanggan yang repeat order dan menjadi langganan, apalagi mengajak pelanggan yang lain. Tidak hanya itu saja, hal yang paling mendasar dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yaitu usaha *Coffee Shop Zayna Muria* ini telah memiliki izin usaha, sehingga pelanggan tidak perlu khawatir mengenai legalitas dari usaha tersebut

Dalam menarik minat calon pelanggan, *Coffee Shop Zayna Muria* ini menggunakan brosur serta melalui media sosial untuk mempromosikan kepada calon pelanggan agar tertarik mampir join di *Coffee Shop Zayna Muria*. Namun dari pemaparan data yang telah dijelaskan, *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan belum sepenuhnya berhasil. Masih banyak

¹⁸M. Ridlo, Hasil Wawancara dengan Owner *Coffee Shop Zayna Muria*, 9 Juni 2023.

¹⁹Zainuddin Tahuman, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing", *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4.3 (2016).

yang perlu ditingkatkan lagi agar pelanggan bisa lebih puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Hal tersebut sudah sesuai dengan teori untuk membangun *loyalitas* yang disebut dengan roda *loyalitas*. Strategi dalam membangun *loyalitas* pelanggan yang pertama yaitu: *Build a foundation for loyalty* (bangun fondasi untuk *loyalitas*). Perusahaan perlu membangun pondasi yang *solid* untuk menciptakan *loyalitas* pelanggan yang memasukkan portofolio yang benar dalam mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang benar, meningkatkan pelayanan dan mengantarkan nilai kepuasan yang tinggi.²⁰

Hal tersebut juga sesuai dengan faktor – faktor yang menentukan adanya motif *loyalitas* pelanggan adalah:²¹

- a. Lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, tempat persediaan yang mudah dicapai, dan tidak ramai.
- b. Desain toko
- c. Kemampuan tenaga penjual
- d. Harga
- e. Pengiklanan
- f. Servis yang ditawarkan.

Kemudian dalam mengembangkan ikatan atau hubungan dengan pihak pelanggan, *Coffee Shop Zayna Muria* telah menggunakan berbagai strategi seperti memberikan *discount* atau Voucher gratis kepada pelanggan yang dapat mengajak calon pelanggan bergabung *Coffee Shop Zayna Muria*. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa menjadi bagian penting dari *Coffee Shop Zayna Muria*.

Ikatan yang akrab antara pelanggan dengan karyawan pada *Coffee Shop Zayna Muria* terlihat pada saat operasional dalam pelayanan *customer service*. Karyawan dengan sangat ramah dan penuh kesabaran memberikan pelayanan yang *good service*. Tidak hanya itu, untuk mempererat hubungan dengan pelanggan, biasanya pihak *Coffee Shop Zayna Muria* sering memberikan promo dan voucher gratis untuk menikmati sajian di *Coffee Shop Zayna Muria*, di samping untuk promosi hal tersebut juga sebagai

²⁰Aulia Siwi Putriandari and Idris IDRIS, "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy Di Semarang" (Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012).

²¹Zainuddin Tahuman, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing", *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4.3 (2016).

ajang evaluasi dalam berbagai cita rasa di *Coffee Shop Zayna Muria*.

Uraian tersebut jika dikaji dengan teori, tidak ada kesenjangan. Namun strategi yang dilakukan oleh *Coffee Shop Zayna Muria* belum sepenuhnya mempertahankan *loyalitas* pelanggan. Strategi yang kedua yaitu: *Creat loyalty bonds* (ciptakan ikatan *loyalitas*). Untuk membangun *loyalitas* yang sesungguhnya, suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan yang erat dengan pelanggannya, serta memperdalam hubungan tersebut dengan melakukan penjualan silang dan menambah nilai melalui *loyalty reward* dan level ikatan yang lebih tinggi.²²

2. Faktor pendukung dan penghambat pada *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada *Coffee Shop Zayna Muria* mengenai faktor pendukung penghambat dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan, hal tersebut tidak lepas dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Adapun faktor pendukung dan penghambat pada *Coffee Shop Zayna Muria* dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan, yaitu:

a. Faktor Pendukung

Dari beberapa faktor pendukung yang telah paparkan, faktor pendukung yang paling menonjol dalam mempertahankan *loyalitas* ialah dari segi produk, pelayanan serta sumber daya manusianya.

Menurut Basu Swasta, faktor – faktor yang menentukan adanya motif *loyalitas* pelanggan adalah.²³

- 1) Lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, tempatpersediaan yang mudah dicapai, dan tidak ramai.
- 2) Desain toko
- 3) Kemampuan tenaga penjual
- 4) Harga
- 5) Pengiklanan
- 6) Servis yang ditawarkan

Dari data yang dijelaskan tentang faktor pendukung dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan pada *Coffee Shop Zayna Muria* terdapat persamaan dengan teori yang telah dijelaskan oleh Basu Swasta. Namun pada kenyataannya tingkat

²²Khamdan Rifa'i, "Membangun *Loyalitas Pelanggan*" (IAIN Jember, 56, 2019).

²³Basu Swastha Dharmmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999).

loyalitas pelanggan masih belum sesuai dengan yang diharapkan.

Jika dilihat dari faktor penghambat yang telah dijelaskan sebelumnya antara faktor internal dan faktor eksternal, faktor penghambat yang lebih dominan berasal dari faktor eksternal.

Komitmen dalam pengambilan keputusan. Dalam suatu produk yang kuat terdapat konsumen yang memiliki komitmen yang tinggi. Kesetiaan konsumen akan timbul apabila ada kepercayaan dari konsumen terhadap suatu produk atau jasa tertentu. Sehingga ada komunikasi dan interaksi diantara konsumennya, yaitu dengan membicarakan produk tersebut dan berujung pada *continuitas* untuk membeli produk itu lagi.²⁴

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dalam mempertahankan *loyalitas* pelanggan disebabkan karena komitmen yang dimiliki pelanggan terhadap jasa masih rendah. Sehingga interaksi yang terjalin masih kurang.

3. Solusi mempertahankan daya loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Zayna Muria*

Untuk mendapatkan informasi lebih lengkap, penulis melakukan wawancara dengan asisten *owner* dari *Coffee Shop Zayna Muria* yang memegang kendali atas seluruh area *Coffee Shop Zayna Muria*

Dari jawaban hasil wawancara tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa *Coffee Shop Zayna Muria* dalam membuka usaha cafe mereka melihat dari semua aspek bisnis. Pihak *Coffee Shop Zayna Muria* melaksanakan kriteria-kriteria yang baik yang harus dirasakan oleh pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori C. Gronross dalam bukunya yang berjudul *Service Management and Marketing*. Pihak *Coffee Shop Zayna Muria* menyatakan, tempat yang strategis sangat penting dalam bisnis cafe sebab untuk meraup pengunjung dibutuhkan lokasi yang mudah dilihat dan diakses dan menurut mereka letak *Coffee Shop Zayna Muria* di pegunungan sudah sesuai dengan kriteria para penikmat kopi.

Setelah lokasi maka langkah berikutnya adalah dekorasi tempat yang menarik dan nyaman dimana pengunjung dapat merasa nyaman sambil menikmati menu yang disediakan. Menu

²⁴Sarah Fitria and Yessy Artanti, "Pengaruh Religiusitas Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian", *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8.1 (2020), 37–48.

yang disediakan oleh *Coffee Shop Zayna Muria* juga banyak ragamnya dan setiap menu dibuat semenarik mungkin tanpa meninggalkan mutu dan rasa.

Hal ini sesuai dengan salah satu kriteria pelayanan yang baik yaitu *Accessibility and Flexibility*. Sekitar dua tahun lalu *Coffee Shop Zayna Muria* mengadakan program keanggotaan (membership), hal ini dilakukan untuk mendorong penjualan *Coffee Shop Zayna Muria* sebab fasilitas dari keanggotaan ini adalah mendapatkan potongan harga sebanyak 10% dan untuk mendapatkan keanggotaan dari *Coffee Shop Zayna Muria* ini cukup mudah hanya dengan biaya tujuh puluh lima ribu rupiah maka pengunjung sudah bisa menjadi anggota, sedangkan jika ingin memperbaharui keanggotaannya, cukup dengan membayar lima puluh ribu rupiah.

Menurut pihak *Coffee Shop Zayna Muria*, service juga merupakan faktor yang penting. Oleh karena itu mereka selalu melayani pengunjung dengan sebaik mungkin. Manajemen perusahaan telah menanamkan kepada para pegawainya bahwa pengunjung itu adalah raja sehingga harus dilayani sebaik mungkin. Hal ini sesuai dengan landasan teori di Bab II mengenai *Reliability and Trustworthiness*. Pihak *Coffee Shop Zayna Muria* juga selalu berusaha melayani permintaan para pelanggannya selama permintaan tersebut tidak merubah rasa asal dari menu tersebut.

Seperti yang dinyatakan Basu Swasta, terkait dengan solusi dan factor pendukung yang dapat menentukan dan mempertahankan daya loyalitas terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop Zayna Muria*, diantaranya adalah sebagai berikut.²⁵

- a) Lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, tempat persediaan yang mudah dicapai, dan tidak ramai.
- b) Desain toko
- c) Kemampuan tenaga penjual
- d) Harga
- e) Pengiklanan
- f) Servis yang ditawarkan

Contoh Studi kasus: Kopi X merupakan salah satu menu di *Coffee Shop Zayna Muria*, kopi tersebut rneakai ice cream rasa coklat di menu aslinya tapi konsumen tidak menyukainya dan ia meminta agar ice creamnya diganti degan rasa vanilla, maka pihak

²⁵Basu Swastha Dharmmesta, "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999).

Coffee Shop Zayna Muria dengan senang hati akan melayaninya. Lain halnya apabila permintaan tersebut mengubah rasa asal menu yang ada, maka pihak *Coffee Shop* Zayna Muria tidak bisa melayani permintaan tersebut, tapi pihak *Coffee Shop* Zayna Muria akan berusaha menawarkan menu lain yang sekiranya sesuai dengan selera permintaan sebelumnya. Hal ini sesuai mengenai *Professionalism and skill*.

Untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik, apabila ada pegawai yang melakukan kesalahan kepada pelanggan maka pegawai tersebut diharuskan meminta maaf kepada pelanggan tersebut tapi apabila permasalahan tetap belum dapat diselesaikan maka atasan atau siapapun pada waktu itu yang mempunyai wewenang akan turun tangan. Hal ini sesuai dengan kriteria pelayanan yang baik yaitu *Recovery*.

Apabila terdapat pelanggan yang mengeluh mengenai menu yang dipesan, pihak *Coffee Shop* Zayna Muria bersedia mengganti produk yang dipesan dengan yang baru. Untuk menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada customer mereka menyesuaikan sumber daya manusianya dengan kapasitas mejayang ada.

Apabila terjadi penambahan kapasitas meja seperti yang terjadi pada saat ini maka akan ada pula penambahan sumber daya manusianya. Selain itu Pihak *Coffee Shop* Zayna Muria juga menyatakan bahwa untuk memasukkan produk baru ke dalam menu di *Coffee Shop* Zayna Muria memerlukan proses yang cukup panjang.

Pertama-tama mereka akan menguji coba produk baru tersebut ke beberapa orang dari dalam perusahaan sendiri. Setelah sekiranya mendapatkan respon yang baik dari beberapa orang tersebut, maka produk baru tersebut akan diuji coba lagi dalam suatu group tetapi masih orang dalam perusahaan juga. Setelah mendapat respon yang baik pula dari group tersebut, maka mereka mulai memasarkan di pasaran untuk melihat apa reaksi pasar. Setelah mereka melihat bahwa produk tersebut mendapat respon yang baik dan dapat diterima dalam masyarakat maka mereka baru memasukkan produk tersebut dalam daftar menu di *Coffee Shop* Zayna Muria. Pihak *Coffee Shop* Zayna Muria benar-benar memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan oleh karena itu dalam membuat suatu menu mereka benar-benar melakukan penelitian terlebih dahulu mengenai apa yang diinginkan oleh konsumen. Karena jika pelanggan merasa puas dan terpenuhi segala keinginannya maka akan tertanam image yang kuat tentang *Coffee Shop* Zayna Muria. Pelanggan percaya bahwa bila mereka

pergi ke *Coffee Shop Zayna Muria* maka mereka akan mendapatkan kepuasan. Hal ini sesuai mengenai *Reputation and Credibility*.

Suatu Perusahaan yang ingin sukses tentunya harus memiliki tujuan yang jelas, agar semua aktivitas perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun tujuan dari *Coffee Shop Zayna Muria* adalah :

- a. Tujuan jangka pendek, perusahaan adalah memenuhi kebutuhan konsumen akan minuman khususnya kopi serta penyediaan tempat yang nyaman dimana mereka dapat bersantai sambil menikmati menu lain yang ada.
- b. Tujuan jangka panjang, yaitu menjadi *Coffee Shop* terdepan di Kudus disamping mempertahankan konsumen yang telah ada. Selain itu juga meningkatkan jumlah pengunjung, dan meningkatkan mutu layanan dan fasilitas yang sudah disediakan.
- c. Kebijakan Pemasaran yang dilakukan *Coffee Shop Zayna Muria* meliputi beberapa hal, sebagai berikut:
 - 1) Produk, menyediakan berbagai macam menu khususnya kopi.
 - 2) Harga, oleh *Coffee Shop Zayna Muria* harga makanan dan minuman ditetapkan untuk kalangan menengah keatas sesuai dengan market dari *Coffee Shop Zayna Muria*.
 - 3) Lokasi, desa Pandak Kecamatan Dawe Kudus dipilih karena lokasi ini dianggap sangat strategis karena terletak area pegunungan dengan hawa yang sejuk.
 - 4) Promosi, dilakukan oleh konsumen dari mulut ke mulut. Sampai dengan saat ini pihak *Coffee Shop Zayna Muria* belum merasa perlu untuk mengiklankan diri di media promosi yang ada, mengingat jumlah pelanggan yang ada.